

# 印度批量生产美国巨头CEO,中国该羡慕吗?



今年4月份,IBM新的CEO上任,阿尔温德·克里希纳(Arvind Krishna),印度裔美国人。近些年出现了一个现象,印度人,或者印度裔,在美国的大企业里任CEO非常多。比如谷歌的桑达尔·皮查伊,微软的萨提亚·纳德拉,摩托罗拉的桑杰·贾,美光的桑杰·梅罗特拉,Adobe的山塔努·纳拉延,万事达的彭安杰。

以上都是科技巨头。还有很多别的行业,比如百事可乐、标准普尔、麦肯锡等。如果算上高管,那人数更多。2012年,印度裔只占硅谷总人口6%,但创办的公司占到了总数的15%,领导的公司更多,占三分之一。这不得不让我们思考:美国企业的印度裔为何如此之多?是印度的教育很领先吗?

我们来看看印度的教育。近些年,印度的小学入学率还是不错的,达到了97%。公立小学收费非常便宜,一年只要几十块人民币。但即便是这样,也有一半学生能毕业。辍学的,主要是因为家庭贫困,需要回家帮忙干活,照顾弟弟妹妹。同时,公立小学设施简陋,教师奇缺,教学质量很低,特别是边远地区。印度五年级学生中,一半人看不懂二年级学生的课文,3/4的人不会除法。

从2000年开始,印度最先发力的是中等教育,包括初中、高中、中专、职高。可是印度的十一五规划,就是2007年到2012年,提出要大力发展高等教育,提高毛入学率。毛入学率,是指有学上的人,占同年龄段所有人口的比例。比如大学的毛入学率,就是18到23岁这个年龄段里,大学生的比例。由此,印度出现了一个,发展中国家里比较古怪的,倒金字塔结构:在教育投入占GDP比例不变的情况下,把资金优先投入给高等教育。2009年,倒金字塔形状最为明显,投资高等教育增速达到26%,是当年GDP增速的3倍还多。

经过几年发展,印度高校数量增至世界第一,在校生人数世界第三。但这种跨越式发展,造成了十分严重的分化。很多人在初一之前,甚至是小学三四年级就辍学了。再加上根深蒂固的种姓制度和宗教因素,穷人认为后代的教育能明显改观生活,所以干脆提前躺平。在印度,如果你是一个穷人,可能很小就会出现在街头,脸上挂满“幸福的微笑”。

当然,印度也一直在努力改善低种姓学生的处境。从2006年起,教育部大幅提高“保留配额”比例,就是给低种姓学生更高的配额,增加接受高等教育的机会。印度几所

知名院校,印度理工学院、印度管理学院、全印医学院,将低种姓学生的配额,从原来的22%提高到49%,其他二十所普通大学提高到了27%。这一政策引发了高种姓学生的强烈抗议,但最终还是保留了下来。

谷歌现任CEO皮查伊是为数不多的幸运儿。由于家境贫寒,没有足够卧室,皮查伊小时候一直和弟弟睡在客厅地板上。他刚到美国念书时,甚至一度连书包都买不起。他思维敏捷、记忆力非凡,勤奋刻苦,再加上家里的重视,考入了印度理工学院坎普尔分校。之后到斯坦福大学,后来又拿下宾夕法尼亚大学沃顿商学院的MBA。

他一个人的光环无法掩盖一群人的黯淡。印度拥有全世界最多的文盲人口,7岁以上人群里,文盲率大概是26%,其中男性文盲率18%,女性35%。而且在各级学校中,依然到处散发着二元“文化”气息:重视高种姓和上层阶级,轻视低种姓和下层阶级。印度高等教育也是二元的。精英私立学校,主要为高种姓开设;公共教育系统,主要为中、低种姓开设。

“后浪”眼中的创业、出海和印度人。印度的高校数量非常之多,共有760所大学,38000所学院,另外还有12000多个可以授予文凭的机构,在校生总计3400万人。中国高等院校2879所,其中普通高等学校2595所,成人高等学校284所,在校生总数约为3500万。中国是过去几十年经历了多次扩招才达到这个目标,印度是如何实现的呢?

2006年的时候,印度的大学只有348所,还不到现在的一半。学院17000所,也不到现在一半。在校生1050万人,不到现在1/3。印度用了10年左右的时间,集中力量,进行高等教育规模大跃进。那几年,平均每个月新开3.8所大学,每天要新开6.2所学院,每年净增在校生263.4万。

但印度仍然觉得这个增长率比较缓慢,尤其是种姓学生的高等教育。对此,印度政府设定了一个雄心勃勃的目标:2024年,将高等教育的毛入学率,从目前的26%提高到40%。在金砖国家中,最高的是俄罗斯,82%,中国接近50%,巴西和中国差不多,印度仅仅略微领先于南非。

印度高校分为五个等级:综合大学、准大学、国家重点学院、研究院和综合大学附属学院。平均每所大学拥有近百所附属学院。全国3.8万所学院,都是挂靠在大学名下的私立附属学院。

在这些私立学院里,最多的就是信息技术。但他们的本质更接近投机圈钱,绝大多数在10年内倒闭。近些年,重点转移到了管理学、生物技术。这些附属学院不需要财政拨款,容纳了印度九成本科生,不需要参加印度高考,就可以入学。公立大学不仅学费低,一年各种费用加起来只有几千元人民币,而且还有额外的助学金。

尽管教育水平有所提高,但印度人才存在巨大的技能差距,大学培养的人才与就业市场的需求不匹配。全国有1/3的大学毕业生失业。每年约300万大学生毕业中,只有10%至15%的毕业生,具备达到行业标准的就业能力,工科院校的毕业生,达标的也不到1/3。

另外,2015年,印度高等教育政府投入,占财政支出比例不到1.6%,远低于中国的3.37%。中国高等教育经费9518亿元,人均3.7万元,是印度的30多倍。

而教育投入,尤其高等教育的人均投入,是远高于初等教育的。人均高,数量就必须减少。这导致印度公立大学数量少,而且投入集中。拿印度的清华——印度理工大学来说,这所学校列全球工程学院前50,由政府统管建设,全国共有7个分校区,但是要注意,它一家学校就占了约15%的高等教育预算。

2016年,中国拨款最多的高校是清华大学,共计92.89亿元,占全国9.2%,人均获得经费拨款大概是全国人均的5.6倍。而印度理工学院,人均获得教育经费拨款,惊人的达到了人均水平的183.8倍。自印度独立以来,政策和财政方面的倾斜,一直充分说明这个国家施行的是典型精英教育。

最终,印度理工学院被打成世界一流大学,其中计算机和软件开发专业达到世界领先,保证了硅谷印度裔IT精英的社会地位。每年有四五十万学生报考这所学校,但录取率不到3%,而哈佛是5%,耶鲁6%,普林斯顿7%。网上都说:当地学生是考不上印度理工,才去考麻省理工的。而考上印度名校并不是精英们的最终目标。

印度理工毕业生每年3000多名,2000多人到海外就业或深造,占六成到八成。最主要的目的地是美国,然后是欧洲、中国、东南亚。在美国,一个程序员平均年薪是7.5万美元;而在印度只有1.25万美元。本国环境差与出国深造互为因果,形成恶性循环。印度留美学生回国的只有7%,而中国已接近80%。这也是为什么中国有BATJ,而印度什么都没有。

但同时我们还要思考一个问题:为什么中国人在硅谷竞争不过印度人?比尔·盖茨对纳德拉的评价是,技术过硬、有商业眼光和人际把控能力。微软能焕发青春,离不开纳德拉大刀阔斧的改革,和对新兴业务的匠心运作。他主导了微软的必应搜索,云计算业务,以及基于云计算的Office 365。

谷歌的拉里·佩奇之所以选择皮查伊,是因为他在Chrome浏览器、安卓系统上的突出贡献。这两个重磅产品,分别打败了微软的IE、诺基亚的塞班,让谷歌在移动互联网时代有了稳固的支撑。谷歌前CEO施密特曾大力反对开发浏览器,理由是太贵。但皮查伊证明了他的战略眼光。后来,他又接管了研究、搜索、地图、Google+,以及基础设施等业务。

百事可乐的卢德英,担任CEO的12年时间,百事股价涨了80%,总营收跑赢可口可乐,完成了从饮料公司,向全球食品与饮品双巨头的转型。后来百事可乐营收下降,卢德英又主导了重大战略调整,包括保留碳酸饮料,大力发展休闲轻食,将旗下的必胜客、肯德基等快餐业务分离运作。

上面三个案例,可以看出印度裔CEO的商业管理和战略把控能力。这其中不仅仅是语言优势。何况,印度人的语言优势,也没有领先中国人很多。印度80%的人,母语是印地语和乌尔都语,把英语当成第一语言的只占0.02%。印度人普遍善于沟通,勇于表达自己的观点,也不会很在意自己的口音。

而中国人比较内敛,倾向于实干,先要把自己的业务领域吃透再去表达。面对工作安排时,思维方式是先“服从”。而硅谷公司往往鼓励自由讨论、主动提出想法、主动带领团队开展攻关。这本质上是一种文化差异。印度人不论在沟通上,还是争取利益的主动性上,都比华人具有更强的适应性。

另外,印度早已经成为美国的技术人才弹药库。印度最大技术外包公司塔塔咨询(TCS),40多年前就进入了美国市场,通过“卖人头”方式,赚了一大笔钱。美国公司的系统维护、软件开发等非核心岗位,逐渐被印度人垄断。这为印度裔的管理层上位提供了基础。他们的可怕之处,还有“抱团”,一旦有人当上公司CEO,不久这家公司印度人就会越来越多。

印度裔高管几乎都有MBA的背景,基本都属于“技术+管理”的复合型人才。在硅谷,拥有MBA学位的印裔占28%,华裔读博的比例非常高,近30%,而有MBA学位的只有7.2%。华人往往信奉“技术才是硬实力”,这条原则可以造就高级工程师,但无法成就一名企业高管。管理者最重要的素质不是技术,而是如何发挥团队的最大效力。

印度培养管理型人才,起步非常早。独立后,印度政府就把发展管理学院,作为振兴国家的重要举措。现在,如果哪个精英大学生不读MBA,会被认为不可思议。在中国,八十年代才开始现代管理学教育。三十多年过去,国内在培养管理型人才方面,仍比较局限在一线城市,很多人是在工作遇到瓶颈时,才会想去提高。

还有常常被人忽略的一个重点,就是意识形态。这是天然屏障,在核心技术、公司管理层等方面,美国企业都对中国人或华裔作了限制。近几年,美国起诉华人窃密的案件越来越多,甚至公开声称,中国偷他们的知识产权,才取得了发展。比如,在阿斯麦尔商业窃密案中,美媒就说这是中国政府的间谍活动,但最终阿斯麦尔的CEO证实,窃密的是一家韩国公司。

印度在教育上仍然有着十分明显的印度特色。种姓制度仍然十分强势。在中小学教育中,大量学生辍学,成为文盲或半文盲。在高等教育中,少量优质高校录取率非常低,大量私立院校,不仅费用高,教育质量良莠不齐,毕业生失业率也居高不下。

精英大量流失到海外。如果说中国的教育质量是阶梯状分布,那印度就是绝大多数大学生处在“平地”,而精英高居“巴比伦塔”,更多的人甚至连爬上平地的机会都没有,永远地沉默下去。

## 董明珠开辟快手新战场: 3小时直播带货超3.1亿元,打通格力新前线

继董明珠第一次直播带货出现“翻车事故”之后,于是她又重新切换到另外一个新战场,开始选择快手这个平台进行直播带货。

2020年5月10日晚间时分,董明珠开始联合快手直播开启一场3C家电品类的大规模卖货活动,一举创造出3小时直播成交超3.1亿元的新纪录。

相对来说,董明珠第二次直播带货是比较成功的,一方面已经熟悉了直播带货的基本操作,另外一方也从数据上证明第一次直播带货中遇到“翻车事故”纯属意外。

快手直播带货为董明珠重塑战力

首先,董明珠从第二次直播带货的具体数据来看,直播间开卖半小时销售额破1亿元,100分钟破2亿元。

在这其中,正1.5匹品悦单冷变频空调半小时销量5万+,单品成交破1亿,售价1.2万的新冠消毒空气净化器销量超100台。

其次,快手方面也为各款产品提供了不同价位的补贴,就拿空调的价格来说,品悦1.5匹单冷变频1949元,大一匹冷暖变频1899元,大一匹冷暖变频2099元,1.5匹冷暖变频2349元等。

在董明珠本人看来,“我们绝不是靠价格优惠来获取市场的,而是要向消费者展示

格力品质。”

董明珠直播带货的成功与战场无关

面对“3小时直播成交超3.1亿元”这个新纪录,既为董明珠重新塑造了战力,又为快手平台下一步开启3C家电品类的电商活动提供了商业数据上参考价值。

其实,第一次直播带货和第二次直播带货尽管属于不同的平台,但是董明珠两次所带来的产品都是一样的,共同拥有“格力造”这个标签。

换个角度来说,董明珠直播带货的成功与战场毫无关系,因为董明珠自己说过这样一句话:直播是形式的变化,最终要回归到

制造,也就是产品本身。没有好的产品,无论表现方式如何,最终都会失去根基。

董明珠直播间将会成为格力的新前线。现如今,直播带货将会变成董明珠的新战场,格力的新前线也已经转移至此。

接下来,董明珠也特别放出一个信号:“她接下来打算开通一个董明珠直播间,把直播常态化。”

与此同时,格力线下有3万多家经销商,董明珠希望让他们线上线下结合起来。

最后,董明珠也做出表态:“我算是开了一个头,替他们探路,逐步体验线上的感觉。”